

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep dan Teori Tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR)

2.1.1 Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan strategi yang digunakan perusahaan untuk mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan *stakeholders*. CSR dimulai sejak era dimana kesadaran akan keberlangsungan perusahaan jangka panjang lebih penting daripada sekedar keuntungan perusahaan. sebuah definisi luas dari *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) yaitu suatu asosiasi global yang terdiri dari sekitar 200 perusahaan yang secara khusus bergerak di bidang pembangunan berkelanjutan yang menyatakan bahwa (Mustafa & Handayani, 2014:76 :

“*Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.”

Menurut Hamdani (2014;78) *Corporate Social Responsibility* perusahaan merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi suatu organisasi terhadap kelompok yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi, di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal khususnya pemegang saham. Perluasan tersebut dibuat dengan asumsi bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham.

Berdasarkan pengertian dari beberapa sumber tersebut dapat diartikan bahwa CSR adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk memaksimalkan kinerja perusahaan yang tidak hanya berorientasi pada perolehan laba, melainkan juga memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan harapan kegiatan tersebut member dampak positif.

Wardani (2015:156) menyatakan bahwa CSR tidak lagi berpijak pada praktek *single bottom line* yang berorientasi pada kinerja keuangan saja, namun penerapan CSR juga telah mengacu pada *triple bottom line*, yang artinya selain berorientasi pada aktivitas ekonomi perusahaan juga berorientasi pada aktivitas sosial dan lingkungan. Namun pada praktiknya masih banyak perusahaan yang belum mengacu pada *triple bottom line* tersebut dan masih banyak perusahaan yang hanya berorientasi pada perolehan laba. Karena tanggung jawab perusahaan yang berorientasi pada sosial sifatnya sukarela dan tujuannya hanya memuaskan *stakeholder*.

Pengungkapan *corporate social responsibility* di Indonesia telah diatur dan ditetapkan oleh IAI (Ikatan Akuntansi Indonesia) yang menyarankan kepada perusahaan terutama yang memanfaatkan sumber daya alam untuk memperhatikan lingkungan dan sosial dan mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana tertulis dalam Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 (revisi 2013) paragraph 12 yang berbunyi :

“Entitas dapat menyajikan, terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (value added statement), khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. “

Melalui program CSR ini, kesejahteraan dan kehidupan sosial ekonomi masyarakat akan lebih terjamin. Kondisi tersebut akan menjamin kelancaran proses atau aktivitas perusahaan. Pembahasan mengenai CSR berkaitan juga dengan teori legitimasi. Teori legitimasi berpendapat bahwa perusahaan harus melaksanakan dan mengungkapkan aktivitas *Corporate Social Responsibility* semaksimal mungkin agar aktivitas perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Gray dalam Hadi (2011:88), berpendapat bahwa :

“legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah, individu, dan kelompok masyarakat. Melalui beragam mekanismenya, program CSR ini dapat meningkatkan rasa tanggung jawab terhadap kepentingan publik”.

Perusahaan biasanya mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* secara sukarela dengan berbagai alasan. Henderson dan Peirson (dalam Dipraja, 2014:45) menguraikan beberapa alasan bagi perusahaan untuk mengungkapkan kinerja sosial secara sukarela, antara lain :

1. *Internal decision making*. Manajemen membutuhkan informasi untuk menentukan efektifitas dari informasi sosial tertentu dalam mencapai tujuan asosiasi perusahaan.
2. *Product differentiation*. Manajer dari perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial memiliki insentif untuk membedakan diri dari pesaing yang tidak bertanggung jawab secara sosial kepada masyarakat.
3. *Enlightened self interest*. Perusahaan melakukan pengungkapan untuk menjaga keselarasan sosialnya dengan para stakeholder yang terdiri dari *stockholder*, kreditor, karyawan, pemasok, pelanggan, pemerintah dan masyarakat karena mereka dapat mempengaruhi pendapatan penjualan dan harga saham perusahaan.

2.1.2 Ruang Lingkup *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Perusahaan yang akan melakukan kegiatan CSR harus mengetahui terlebih dahulu ruang lingkup CSR dan prioritas kegiatannya, serta mengetahui elemen-elemen yang dijadikan sebagai acuan dalam pelaksanaannya. Ada tujuh elemen dasar CSR yang dapat dilakukan perusahaan menurut ISO 26000 yaitu :

1. Tata Kelola Perusahaan
Elemen ini mencakup bagaimana perusahaan harus bertindak sebagai elemen dasar dari tanggung jawab sosial (*social responsibility*) dan sebagai sarana untuk meningkatkan kemampuan perusahaan untuk menerapkan perilaku yang bertanggung jawab sosial (*socially responsible behavior*) yang berkaitan dengan elemen dasar lainnya.
2. Hak asasi manusia
Elemen ini mencakup penghormatan terhadap hak asasi manusia. Hak asasi manusia terbagi menjadi 2 kategori utama yaitu kategori pertama mengenai hak-hak sipil dan politik yang mencakup hak untuk hidup dan kebebasan, kesetaraan di mata hukum, dan hak untuk berpendapat.
3. Ketenagakerjaan (*labour practices*)
Elemen ini seperti contohnya yaitu pelaksanaan kondisi kerja yang baik, bermartabat, dan kondusif, pengembangan sumber daya manusia dan lain-lain.

4. Lingkungan

Elemen ini mencakup pencegahan polusi sebagai dampak aktivitas perusahaan, pencegahan *global warning*, pendayagunaan sumber alam secara efisien dan efektif, serta penggunaan sistem manajemen lingkungan yang efektif dan berkelanjutan.

5. Praktik operasional yang adil (*fair operational practices*)

Elemen ini mencakup pelaksanaan aktivitas secara etik dan pengungkapan aktivitas perusahaan yang transparan, pelaksanaan aktivitas pemilihan pemasok yang etis dan sehat, penghormatan terhadap hak-hak intelektual dan kepentingan *stakeholder*, serta perlawanan terhadap korupsi.

6. Konsumen (*consumer issue*)

Elemen ini mencakup penyediaan informasi yang akurat dan *relevan* tentang produk perusahaan kepada pelanggan, penyediaan produk aman dan bermanfaat bagi pelanggan.

7. Keterlibatan dan pengembangan masyarakat (*community involvement and development*)

Menurut Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Republik Indonesia Nomor Per-02/MBU/7/2017 tentang perubahan kedua atas peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor Per-09/MBU/07/2015 tentang Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan Badan Usaha Milik Negara Pasal 9 ayat (1) bagian C tentang Beban Pembinaan menyatakan bahwa :

1. Untuk membiayai pendidikan, pelatihan, pemagangan, pemasaran, promosi, dan hal-hal lain yang menyangkut peningkatan produktivitas Mitra Binaan serta untuk pengkajian/penelitian yang berkaitan dengan Program Kemitraan.
2. Beban Pembinaan bersifat hibah dan besarnya paling banyak 20% (dua puluh persen) dari Program Kemitraan yang disalurkan pada tahun berjalan; dan
3. Beban Pembinaan hanya dapat diberikan kepada atau untuk kepentingan Mitra Binaan.

Kemudian pada Pasal 9 ayat (2) menyebutkan bahwa jumlah pinjaman untuk setiap Mitra Binaan dari Program Kemitraan paling banyak Rp200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).

Pengukuran yang umum dan biasa dilakukan untuk mengetahui kelengkapan informasi yang disajikan oleh perusahaan terhadap laporan keuangan tahunannya adalah dengan menggunakan *checklist*. Menurut Arrin Sulistiyowati (2018:22), *Checklist* merupakan susunan item pengungkapan yang disarankan oleh

peraturan atau standar pengungkapan CSR. *Cheklis*t disusun dalam bentuk daftar item pengungkapan yang masing-masing item disediakan kolom untuk menjawab mengenai status pengungkapannya pada laporan keuangan tahunan perusahaan yang bersangkutan. Pengukuran CSR dilakukan dengan menggunakan indeks CSR. Perhitungan indeks CSR dilakukan sebagai berikut menurut Arrin Sulistiyowati (2018:22):

1. Membuat daftar (*Cheklis*t) pengungkapan CSR
Item yang digunakan dalam penelitian ini adalah daftar item yang berasal dari GRI (*Global Reporting Initiative*).
2. Menentukan indeks CSR untuk setiap perusahaan sampel
Pengecekan dan perhitungan parameter CSR menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item CSR dalam instrument penelitian diberi nilai 1 jika ada dan nilai 0 jika tidak ada.

2.2 Konsep dan Teori Tentang Kinerja Keuangan

2.2.1 Pengertian Kinerja Keuangan

Secara umum kinerja dapat diartikan sebagai penentuan secara periodik efektifitas operasional suatu organisasi, bagian organisasi dan karyawannya berdasarkan sasaran, standar dan kriteria yang ditetapkan sebelumnya. Kinerja memiliki cakupan yang sangat luas bukan hanya membahas tentang hubungan karyawan dengan pimpinan, namun kinerja bisa mencakup kinerja perorangan, kinerja keuangan, kinerja lingkungan, dan lain sebagainya. Salah satu kinerja yang paling sering dibahas dan dijadikan tolak ukur kesuksesan suatu perusahaan adalah kinerja keuangan.

Kinerja keuangan merupakan hasil akhir dari kegiatan akuntansi (siklus akuntansi) yang mencerminkan kondisi keuangan dan hasil operasi suatu perusahaan (bentuknya berupa laporan keuangan). Kinerja keuangan merupakan salah satu faktor yang digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan. Pengukuran kinerja keuangan perlu dilakukan untuk melihat kualifikasi dan efisiensi perusahaan ataupun keefektifan perusahaan dalam pengoperasian bisnis selama periode akuntansi. Kinerja keuangan dapat dihitung atau diukur menggunakan rasio keuangan yang umum digunakan. Rasio keuangan tersebut dihasilkan dari perhitungan angka-angka yang terdapat dalam laporan keuangan perusahaan.

2.2.2 Tujuan Pengukuran Kinerja Keuangan

Menurut Munawir (2012:31) mengungkapkan bahwa tujuan dari pengukuran kinerja keuangan perusahaan adalah :

1. Mengetahui tingkat likuiditas. Likuiditas menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan yang harus segera diselesaikan pada saat ditagih.
2. Mengetahui tingkat solvabilitas. Solvabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya.
3. Mengetahui tingkat rentabilitas. Rentabilitas atau yang sering disebut dengan profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu.
4. Mengetahui tingkat stabilitas. Stabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk melakukan usahanya dengan stabil, yang diukur dengan mempertimbangkan kemampuan perusahaan untuk membayar hutang-hutangnya serta membayar beban bunga atas hutang-hutang tepat pada waktunya.

Pengukuran kinerja keuangan dalam penelitian ini menggunakan laporan keuangan perusahaan terkait. Indikator pengukuran kriteria ROA, ROE, dan NPM yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut, Kasmir (2008:201):

1. Perusahaan dikatakan baik jika mampu mencapai ROA di atas rata-rata industri yaitu 30%.
2. Perusahaan dikatakan baik apabila ROE yang dimiliki oleh perusahaan di atas rata-rata industri pada umumnya yakni rata-rata 40%.
3. Perusahaan dikatakan baik jika mampu mencapai ROA di atas rata-rata industri yaitu 30%.

2.3 Konsep dan Teori Tentang Laporan Keuangan

2.3.1 Pengertian Laporan Keuangan

Menurut Kasmir (2019:7) dalam pengertian yang sederhana, laporan keuangan adalah :

“laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu. Maksud laporan keuangan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan saat ini adalah merupakan kondisi terkini. Kondisi perusahaan terkini adalah keadaan keuangan perusahaan pada tanggal tertentu (untuk neraca) dan periode tertentu (untuk laporan laba rugi). Laporan keuangan menggambarkan pos-pos keuangan perusahaan yang diperoleh dalam suatu periode.”

Laporan keuangan suatu perusahaan haruslah dibuat dan disusun sesuai dengan aturan atau standar yang berlaku agar laporan keuangan mudah dibaca dan dimengerti. Banyak pihak yang membutuhkan dan berkepentingan terhadap laporan keuangan tersebut diantaranya adalah, (Kasmir, 2019:25):

1. Pemilik, guna melihat perkembangan dan kemajuan perusahaan serta dividen yang diperolehnya;
2. Manajemen, untuk menilai kinerjanya selama periode tertentu;
3. Kreditor, untuk menilai kelayakan perusahaan dalam memperoleh pinjaman dan kemampuan membayar pinjaman;
4. Pemerintah, untuk menilai kepatuhan perusahaan untuk membayar kewajibannya kepada pemerintah;
5. Investor, untuk menilai prospek usaha tersebut ke depan.

2.3.2 Tujuan Laporan Keuangan

Tujuan dari pembuatan laporan keuangan secara umum adalah, (Kasmir, 2019:23-24):

1. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah aktiva;
2. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah kewajiban dan modal;
3. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah pendapatan;
4. Memberikan informasi tentang jumlah biaya dan jenis biaya
5. Memberikan informasi tentang perubahan-perubahan yang terjadi terhadap aktiva, pasiva, dan modal perusahaan.

2.4 Konsep dan Teori tentang Analisis Laporan Keuangan

2.4.1 Pengertian Analisis Laporan Keuangan

Analisis laporan keuangan terhadap laporan keuangan suatu perusahaan pada dasarnya dilakukan karena ingin mengetahui tingkat keuntungan, risiko, dan kesehatan perusahaan. Laporan keuangan dijadikan sebagai alat yang sangat penting untuk memperoleh informasi tersebut karena merupakan bagian dari proses pelaporan keuangan dan analisis laporan keuangan pada suatu perusahaan juga sangat berguna untuk mengetahui kelangsungan perusahaan.

Menurut Subramanyam dan John (2014:3), “Analisis laporan keuangan merupakan analisis dari alat dan teknik analitis untuk laporan keuangan yang bertujuan umum dan data-data yang berkaitan untuk menghasilkan estimasi dan kesimpulan yang bermanfaat dalam analisis bisnis.” Jadi, analisis laporan keuangan merupakan suatu seleksi, evaluasi, dan interpretasi atas data keuangan

yang bertujuan umum dan data yang berkaitan menghasilkan kesimpulan yang bermanfaat dalam analisis bisnis.

Menurut Kasmir (2019:99), terdapat dua macam metode analisis keuangan yang biasa dipakai, yaitu pertama, analisis vertikal (statis) merupakan analisis yang dilakukan terhadap hanya satu periode laporan keuangan saja dan kedua adalah analisis horizontal (dinamis) merupakan analisis yang dilakukan dengan membandingkan laporan keuangan untuk beberapa periode.

2.4.2 Jenis-Jenis Teknik Analisis Laporan Keuangan

Menurut Kasmir (2019:70-72) jenis-jenis teknik analisis laporan keuangan yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Analisis perbandingan antara laporan keuangan. Analisis ini merupakan analisis yang dilakukan dengan membandingkan laporan keuangan lebih dari satu periode.
2. Analisis trend atau tendensi. Analisis ini merupakan analisis laporan keuangan yang biasanya dinyatakan dalam persentase tertentu.
3. Analisis persentase per komponen. Analisis ini merupakan analisis yang dilakukan dengan membandingkan antara komponen yang ada dalam suatu laporan keuangan, baik yang ada di neraca maupun laba rugi.
4. Analisis sumber dan penggunaan dana. Analisis ini merupakan analisis yang dilakukan untuk mengetahui sumber-sumber dana perusahaan dan penggunaan dana dalam suatu periode. Analisis ini juga digunakan untuk mengetahui jumlah modal kerja dan sebab-sebab perubahannya dalam suatu periode.
5. Analisis sumber dan penggunaan kas. Analisis ini merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui sumber-sumber kas perusahaan dan penggunaan kas dalam suatu periode.
6. Analisis rasio. Analisis ini merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui hubungan pos-pos yang ada dalam satu laporan keuangan atau pos-pos antara laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi.
7. Analisis kredit. Analisis ini merupakan analisis yang digunakan untuk menilai layak tidaknya suatu kredit dikururkan oleh lembaga keuangan seperti bank. Dalam analisis ini digunakan beberapa cara alat analisis yang digunakan.
8. Analisis laba kotor. Analisis ini merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui jumlah laba kotor dari periode ke satu periode. Selain itu juga untuk mengetahui sebab-sebab berubahnya laba kotor tersebut antara periode.
9. Analisis titik pulang pokok. Atau bisa disebut analisis titik impas atau *break even point*.

Berdasarkan teori yang dijelaskan dan judul dan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini, maka analisis yang akan digunakan adalah analisis rasio. Analisis rasio yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisis rasio profitabilitas yang berfokus hanya pada rasio ROA, ROE, dan NPM.

2.5 Konsep dan Teori tentang Analisis Rasio Keuangan

2.5.1 Pengertian Rasio Keuangan

Rasio keuangan merupakan alat analisis untuk menjelaskan hubungan antara elemen yang satu dengan elemen yang lain dalam suatu laporan keuangan. Laporan keuangan yang dimaksud adalah neraca dan laporan laba rugi. Neraca menggambarkan posisi aset, liabilitas, dan ekuitas perusahaan. Laporan laba rugi mencerminkan hasil yang dicapai perusahaan selama satu periode tertentu. Analisis ini digunakan untuk mengetahui keadaan dan perkembangan keuangan perusahaan dan hasil analisis dapat digunakan untuk melihat kelemahan perusahaan agar dapat segera diperbaiki, sedangkan hasil yang baik harus tetap dipertahankan.

Rasio keuangan merupakan kegiatan membandingkan angka-angka yang ada dalam laporan keuangan dengan cara membagi satu angka dengan angka lainnya (Kasmir,2019:104). Jadi, analisis rasio keuangan adalah kegiatan membandingkan angka di dalam laporan keuangan yang dilakukan dengan melakukan penelaahan atau mempelajari hubungan dan tendensi atau kecenderungan menentukan posisi keuangan.

2.5.2 Jenis-jenis Rasio Keuangan

Jenis-jenis rasio keuangan (gabungan dari beberapa ahli) menurut Kasmir (2019:110-115) adalah sebagai berikut :

1. Rasio Likuiditas (*Liquidity Ratio*)

Rasio ini merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek (*Fred Weston*) yang jatuh tempo, atau rasio untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membiayai dan memenuhi kewajiban (utang) pada saat ditagih. Contoh rasio ini adalah Rasio Lancar (*Current Ratio*), dan Rasio Sangat Lancar (*Quick Ratio* atau *Acid Test Ratio*).

2. Rasio Solvabilitas (*Leverage Ratio*)
Rasio ini merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya besarnya jumlah utang yang digunakan perusahaan untuk membiayai kegiatan usahanya jika dibandingkan dengan menggunakan modal sendiri. Contoh rasio ini adalah *Debt Ratio*, *Times Interest Earned*, *Fixed Charge Coverage*, *Cash Flow Coverage*, *Total Debt to Equity Ratio*, *Long Term Debt to Equity Ratio*, dan *Tangible Assets Debt Coverage*.
3. Rasio Aktiviti/aktivitas (*Activity Ratio*)
Rasio ini merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi pemanfaatan sumber daya perusahaan atau rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari. Contoh rasio ini adalah Perputaran Persediaan, *Average Collection Period*, Perputaran Aktiva Tetap, Perputaran Total Aktiva, *Receivable Turn Over*, *Average Day's Inventory*, dan *Working Capital Turn Over*.
4. Rasio Profitabilitas (*Provitability Ratio*)
Rasio ini merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Contoh rasio ini adalah Margin Laba Penjualan, *Basic Earning Power*, *Return on Total Assets*, *Return on Total Equity*, *Gross Profit Margin*, *Operating Income Ratio*, *Operating Ratio*, *Net Profit Margin*, *Earning Power to Total Investment*, *Net Earning Power Ratio*, dan *Rate of Return for Owners*.
5. Rasio Pertumbuhan (*Growth Ratio*)
Rasio ini merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya. Contoh rasio ini adalah Rasio Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Laba Bersih, Pendapatan Per Saham, dan Dividen Per Saham
6. Rasio Penilaian (*Valuation Ratio*)
Rasio ini merupakan rasio yang memberikan ukuran kemampuan manajemen menciptakan nilai pasar usahanya di atas biaya investasi. Contoh rasio ini adalah rasio harga saham terhadap pendapatan, dan rasio nilai pasar saham terhadap nilai buku.

Berdasarkan judul penelitian yang dilakukan serta permasalahan yang melatarbelakangi penelitian, maka peneliti dalam hal ini akan menggunakan rasio profitabilitas yang hanya berfokus pada rasio ROA, ROE, dan NPM.

2.6 Konsep dan Teori tentang Analisis Rasio Profitabilitas

2.6.1 Pengertian Analisis Rasio Profitabilitas

Berdasarkan penjelasan dari 6 rasio tersebut, yang berkaitan dengan kepentingan analisis kinerja perusahaan dalam penelitian ini yaitu rasio profitabilitas. Rasio Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan (Kasmir, 2019:198).

2.6.2 Tujuan Rasio Profitabilitas

Menurut Kasmir (2019;199), Tujuan dari penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu :

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan.
7. Dan tujuan lainnya.

2.6.3 Manfaat Rasio Profitabilitas

Sementara itu, manfaat yang dapat diperoleh dari penggunaan rasio profitabilitas menurut Kasmir (2019:200) adalah untuk :

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode;
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang;
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu;
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri;
5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri;
6. Dan manfaat lainnya.

Penggunaan rasio profitabilitas disesuaikan dengan tujuan perusahaan. perusahaan dapat menggunakan rasio profitabilitas secara keseluruhan atau hanya sebagian saja dari jenis rasio profitabilitas yang ada. Termasuk dalam penelitian ini, peneliti hanya menggunakan beberapa rasio saja yang memang dianggap perlu untuk diketahui. Berikut ini adalah beberapa rasio yang akan dijadikan variabel pengujian dalam penelitian ini yaitu *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM).

2.6.4 *Return on Asset* (ROA)

ROA merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap total aset. Berikut ini adalah rumus yang digunakan untuk menghitung hasil pengembalian atas aset (ROA) :

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}}$$

Semakin tinggi hasil pengembalian atas aset berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas aset berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset, (Hery, 2016:193).

2.6.5 *Return on Equity* (ROE)

ROE merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menciptakan laba bersih. Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dalam setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas. Rumus rasio ini adalah :

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Menurut Hery (2016:194), “Semakin tinggi hasil pengembalian atas ekuitas berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam ekuitas. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas ekuitas berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam ekuitas.”

2.6.6 *Net Profit Margin (NPM)*

Menurut Hery (2016:198) yang menyatakan bahwa, “Margin Laba bersih/*Net Profit Margin* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba bersih atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap penjualan bersih. Laba bersih dihitung dari hasil pengurangan antara laba sebelum pajak dengan beban pajak. Laba sebelum pajak adalah laba operasional yang ditambah dengan pendapatan dan keuntungan lain-lain, lalu dikurangi dengan beban dan kerugian lain-lain.” Rumus rasio ini adalah :

$$NPM = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Penjualan Bersih}}$$

Semakin tinggi margin laba bersih berarti semakin tinggi pula laba bersih yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena tingginya laba sebelum pajak. Sebaliknya, semakin rendah margin laba bersih berarti semakin rendah pula laba bersih yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini disebabkan karena rendahnya laba sebelum pajak, (Hery, 2016:199). Hal ini berarti semakin besar rasio NPM, maka kinerja perusahaan akan semakin produktif. Sehingga akan meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan terkait. Perbandingan antara laba bersih dengan total penjualan, dapat menghasilkan informasi tentang seberapa besar pendapatan yang digunakan untuk membayar biaya operasional dan biaya non operasional serta berapa persentase tersisa yang dapat membayar dividen kepada pemegang saham ataupun berinvestasi untuk perusahaannya.

2.7 Pengaruh Hipotesis Penelitian

2.7.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Return on Assets* (ROA)

Pengungkapan CSR akan mempengaruhi kinerja keuangan suatu perusahaan. Menurut Mega Kurnia Rosdwianti (2016:67) pengungkapan yang semakin luas akan memberikan sinyal positif kepada pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan (*stakeholder*) maupun para pemegang saham perusahaan (*shareholder*). Semakin luas informasi yang diungkapkan kepada *stakeholder* maupun *shareholder*, akan semakin banyak pula informasi yang diterima mengenai kinerja perusahaan tersebut. Hal ini akan membangun kepercayaan publik terutama oleh *stakeholder* dan *shareholder* kepada perusahaan. Kepercayaan tersebut akan menumbuhkan citra positif dan berdampak pada aktivitas ekonomi perusahaan. Selain itu, ROA sebagai salah satu rasio profitabilitas sangat diperhitungkan oleh para investor, pasalnya apabila tingkat imbalan semakin besar maka akan berdampak pada harga saham perusahaan yang semakin meningkat. Hipotesis ini sejalan dengan hasil penelitian Mega Kurnia Rosdwianti (2016:21) yang menyatakan bahwa adanya hubungan yang positif dan signifikan antara CSR dan ROA. Sehingga hipotesis sementara penelitian ini adalah :

H_1 : *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return on Asset* (ROA) pada perusahaan PROPER sektor pertanian yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019.

2.7.2 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap *Return on Equity* (ROE)

Sama halnya dengan pengaruh CSR terhadap ROA, hubungan CSR dengan ROE juga berpengaruh positif. Menurut Mega Kurnia Rosdwianti (2016:20) semakin tinggi *return* atau penghasilan yang diperoleh maka akan semakin baik kedudukan pemilik perusahaan. Hal itu dapat menarik perhatian para investor karena menunjukkan tingkat imbalan yang diperoleh atas aktiva

yang diinvestasikan sehingga dapat mendorong perusahaan untuk menerapkan program CSR dalam kegiatan usahanya. Jika perusahaan menerapkan program CSR, maka profitabilitas perusahaan akan meningkat. Rasio profitabilitas dalam hal ini adalah ROE. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis sementara penelitian ini adalah :

H₂ : *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return on Eguity* (ROE) pada perusahaan PROPER sektor pertanian yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019.

2.7.3 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap *Net Profit Margin* (NPM)

Net Profit Margin (NPM) menurut Hery (2016:198) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba bersih atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap penjualan bersih. Laba bersih dihitung dari hasil pengurangan antara laba sebelum pajak dengan beban pajak. Laba sebelum pajak adalah laba operasional yang ditambah dengan pendapatan dan keuntungan lain-lain, lalu dikurangi dengan beban dan kerugian lain-lain.” Meningkatnya persentase NPM dapat menggambarkan bahwa biaya yang dikeluarkan untuk program CSR oleh perusahaan digunakan dengan efektif dan efisien untuk menghasilkan tingkat profitabilitas yang tinggi. Persentase NPM yang tinggi juga mengindikasikan bahwa ada hubungan yang positif dari diberlakukannya kegiatan sosial seperti CSR. Agar aktivitas tersebut dapat diketahui oleh para *stakeholder* maupun *shareholder*, perlu dilakukan pengungkapan dalam laporan tahunan (*annual report*) perusahaan. Informasi tersebut akan dapat menambah citra yang baik bagi perusahaan dan dapat meningkatkan kinerja keuangan. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis sementara berkaitan dengan hal ini adalah :

H₃ : *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Net Profit Margin* (NPM) pada perusahaan PROPER sektor pertanian yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019.

2.8 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini menggunakan beberapa penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi penulisan dalam laporan akhir ini yaitu :

Tabel 2.1
Daftar Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Danu Candra Indrawan (2011)	Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan	H1 ditemukan bahwa variabel <i>corporate social responsibility</i> dan variabel kontrol <i>leverage</i> , berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan (ROE), dan variabel kontrol ukuran perusahaan (<i>size</i>) berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan, akan tetapi variabel kesempatan pertumbuhan (<i>growth</i>) berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Sedangkan pada H2 ditemukan bahwa variabel <i>corporate social responsibility</i> dan variabel kontrol risiko sekuritas (<i>beta</i>) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja pasar (CAR), dan tiga variabel kontrol lainnya (<i>leverage</i> , <i>size</i> , dan <i>growth</i>) berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kinerja pasar, akan tetapi variabel <i>unexpected earnings</i> berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pasar.
2	I Dewa Ketut Yudyadana Ajilaksana (2011)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan	<i>Corporate Social Responsibility</i> secara parsial yaitu dalam aspek sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Asset Turnover</i> (ATO). Secara simultan CSR hanya berpengaruh terhadap kinerja jangka panjang <i>Market to Book Ratio</i> .

Tabel 2.1
Daftar Penelitian Terdahulu (lanjutan)

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
4	Marissa Yaparto (2013)	Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Pada Sektor Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2010-2011	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>Return on Assets (ROA)</i> dan <i>Return on Equity (ROE)</i> , serta <i>Earning per Share (EPS)</i>
3	Hendri Celvin dan Romasi Lumban Gaol (2015)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> Terhadap Profitabilitas Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> tidak mempengaruhi profitabilitas yang diwakilkan oleh <i>Net Profit Margin (NPM)</i> dan <i>Return On Asset (ROA)</i>
5	Mega Karunia Rosdwianti (2016)	Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Kasus Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2014)	CSR berpengaruh signifikan terhadap ROA, ROE, dan EPS. CSR berpengaruh signifikan terhadap ROA

2.9 Kerangka Penelitian

Menurut Sugiono (2019:127), “Kerangka penelitian merupakan konsep yang menggambarkan hubungan antara teori dengan berbagai faktor yang teridentifikasi sebagai masalah riset.”. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki keterkaitan satu sama lain. Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Return on Assets (ROA)*, *Return on Equity (ROE)*, dan *Net Profit Margin (NPM)* sebagai variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

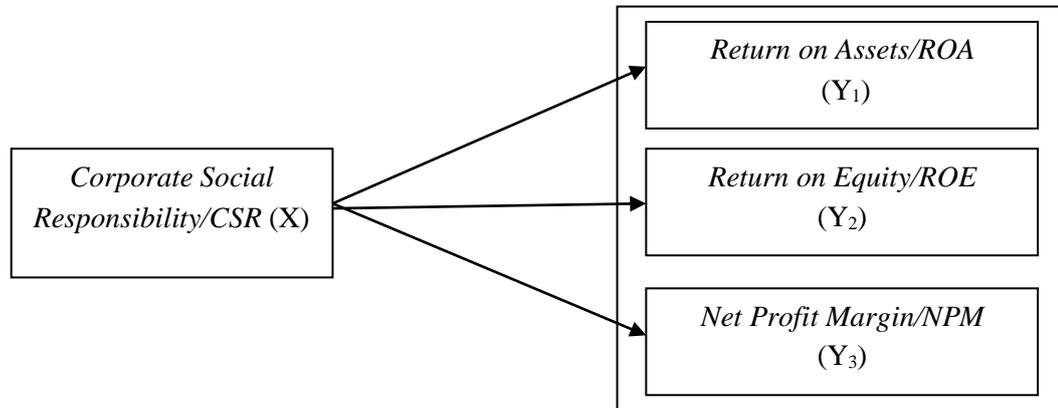
ROA merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Pengungkapan CSR akan mempengaruhi kinerja keuangan dalam hal ini ROA. Berdasarkan penelitian dan teori yang telah dijelaskan sebelumnya adapat dikatakan bahwa, pengungkapan CSR yang semakin luas akan memberikan sinyal positif kepada pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan (*stakeholder*) maupun para pemegang saham perusahaan (*shareholder*). Semakin luas informasi yang diungkapkan kepada *stakeholder* maupun *shareholder*, akan semakin banyak pula informasi yang diterima mengenai kinerja perusahaan tersebut. Hal ini akan membangun kepercayaan publik terutama oleh *stakeholder* dan *shareholder* kepada perusahaan. Kepercayaan tersebut akan menumbuhkan citra positif dan berdampak pada aktivitas ekonomi perusahaan, seperti meningkatkan minat investor untuk bekerjasama dengan perusahaan. Sehingga pada akhirnya akan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan secara berkelanjutan. Selain itu, ROA sebagai salah satu rasio profitabilitas sangat diperhitungkan oleh para investor, pasalnya apabila tingkat imbalan semakin besar maka akan berdampak pada harga saham perusahaan yang semakin meningkat.

Sama halnya dengan pengaruh CSR terhadap ROA, hubungan CSR dengan ROE juga berpengaruh positif. ROE merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menciptakan laba bersih. Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan

dihasilkan dalam setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas. Berdasarkan penelitian terdahulu dan teori yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat dikatakan bahwa semakin tinggi *return* atau penghasilan yang diperoleh maka akan semakin baik kedudukan pemilik perusahaan. Hal itu dapat menarik perhatian para investor karena menunjukkan tingkat imbalan yang diperoleh atas aktiva yang diinvestasikan sehingga dapat mendorong perusahaan untuk menerapkan program CSR dalam kegiatan usahanya. Jika perusahaan menerapkan program CSR, maka profitabilitas perusahaan akan meningkat. Rasio profitabilitas dalam hal ini adalah ROE.

Net Profit Margin (NPM) menurut Hery (2016:198) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba bersih atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap penjualan bersih. Laba bersih dihitung dari hasil pengurangan antara laba sebelum pajak dengan beban pajak. Laba sebelum pajak adalah laba operasional yang ditambah dengan pendapatan dan keuntungan lain-lain, lalu dikurangi dengan beban dan kerugian lain-lain.” Meningkatnya persentase NPM dapat menggambarkan bahwa biaya yang dikeluarkan untuk program CSR oleh perusahaan digunakan dengan efektif dan efisien untuk menghasilkan tingkat profitabilitas yang tinggi. Persentase NPM yang tinggi juga mengindikasikan bahwa ada hubungan yang positif dari diberlakukannya kegiatan sosial seperti CSR. Agar aktivitas tersebut dapat diketahui oleh para *stakeholder* maupun *shareholder*, perlu dilakukan pengungkapan dalam laporan tahunan (*annual report*) perusahaan. Informasi tersebut akan dapat menambah citra yang baik bagi perusahaan dan dapat meningkatkan kinerja keuangan. Berdasarkan hubungan yang terjadi antara variabel penelitian serta teori yang telah dijelaskan, maka dapat dibuat suatu paradigma penelitian.

Paradigma penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dapat digambarkan seperti berikut:



Gambar 2.1
Paradigma Penelitian

2.10 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, tujuan penelitian dan kerangka penelitian yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya maka hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H1: Diduga *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap *Return on Asset* (ROA) dan pada perusahaan PROPER sektor pertanian yang terdaftar di BEI Tahun 2017-2019.
- H2: Diduga *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap *Return on Equity* (ROE) dan pada perusahaan PROPER sektor pertanian yang terdaftar di BEI Tahun 2017-2019.
- H3: Diduga *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap *Net Profit Margin* (NPM) dan pada perusahaan PROPER sektor pertanian yang terdaftar di BEI Tahun 2017-2019.